이달의 으뜸중기제품 날마다자라는아이 '에어토리'

'에어커튼'쳐 미세먼지 막는 유모차 공기청정기

몇 년 전부터 미세먼지가 부쩍 심해지자 어린 딸아이를 키우던 박상혁 대표는 걱정이 앞섰다. 그의 아내 역시 미세먼지 수치가 높은 날엔 '아이에게 좋지 않다'며 바깥나들이도 삼갔다. 박 대표가 날씨에 상관없이 안심하고 외출할 수 있도록 아이를 위한 휴대용 공기청정기를 개발하게 된 이유다.

아이디어를 현실화하기 위해 스타트업(신생 벤처기업) 날마다자라는아이를 창업한 뒤 1년 반 동안 제품 개발에 매달렸다. 지난해 4월 국내 최초의 유모차 탈부착 휴대용 공기청정기 '에어토리'를 선보였다.

◈성능 뛰어난 휴대용 공기청정기

에어토리는 소형 공기청정기이지만 모터 및 팬을 두 개 장착해 강한 바람을 만들어 여과 성능을 높였다. 두 개의 모터가 마치 빨래를 짜듯 촘촘하게 돌아가며 공기를 정화한다. H11 등급의 3중 필터를 사용해 유모차 주변의 미세먼지를 95.6% 걸러줘 '에어커튼 효과'를 낸다는 게 회사 측 설명이다. 에어커튼은 일종의 공기막을 형성해 바깥쪽과 안쪽 공기를 차단하는 효과를 말한다.

필터는 주기적으로 교체하면 된다. 벨크로(찍찍이) 형태여서 유모차 앞부분 손잡이에 쉽게 탈부착할 수 있다. USB 충전 방식으로 사용이 편리하며 한 번 충전하면 5시간 사용 가능해 웬만한 외출에도 끄떡없다.

신생 중소기업이 처음 내놓는 제품인 만큼 박 대표는 디자인과 사용설명서, 상자 포장까지 꼼꼼하게 신경 써서 만들었다. 사용설명서 앞면에는 딸아이의 사진을 넣었고, 제품의 사용법과 주의사항을 스토리텔링 방식으로 친절하고 알기 쉽게 설명했다. 블로그에 제품 개발 과정을 정리해 올리고, 육아 이야기 등 일상 경험을 게시하는 등 진솔한 접근법으로 소비자들과 소통하면서 차별화를 시도했다. 애프터서비스(AS) 문의가 들어오면 해당 가정에 직접 찾아가 불만을 들어주기도 했다.

박상혁 날마다자라는아이 대표가 유모차에 탈부착하는 공기청정기 '에어토리'에 대해 설명하고 있다. 김정은 기자

청정기 모터·팬 2개씩 장착 3중필터로 여과성능 높여

유아용 전동마스크·체중계 등 "연령대별 유아용품 선뵐 것"

박 대표는 "엄마들이 고가의 좋은 유모차를 끄는 경우가 많아 유모차와 잘 어울리게끔 제품 외관을 고급스럽게 디자인했다"며 "중국 선전에서 생산해 원가를 절감할 수 있었다"고 설명했다. 지난해 해피랜드와 공급 계약을 체결해 전국 주요 백화점의 해피랜드 매장에서 판매하며 11번가, 위메프, G마켓 등 주요 온라인몰에서도 판다. 온라인 맘카페 등에서 '부담 없는 출산 선물로 괜찮다'는 입소문이 나면서 출시 1년 반 만에 누적 판매량 2만여 개를 기록했다. 가격은 6만9000원이다.

◈창의적인 유아용품 회사로 성장

박 대표는 배터리 잔량을 표시하는 등 소비자의 건의사항을 반영해 전반적으로 보완한 제품을 내년 초 출시할 예정이다. 후속작으로 아이들의 얼굴에 씌우는 '전동마스크'를 계획하고 있다. 그 이후엔 아이들의 성장 관리를 돕고 체형에 맞는 옷까지 추천해 주는 스마트체중계를 개발해 내년 가을께 내놓을 예정이다. 최근 태국과 필리핀, 캄보디아 등 동남아시아 지역에 에어토리 수출을 시작했다. 에어토리는 '깨끗한 공기를 만드는 공장'이라는 뜻이다.

박 대표는 건국대 축산학과를 졸업한 뒤 홍보대행사에서 일하면서 사보를 만들었다. 글 쓰는 것을 좋아해 소설로 등단도 했다. 한때 고깃집을 운영하며 자영업에도 종사하는 등 다양한 경험을 거쳤다.

창업 이후 아이디어의 독창성을 인정받아 서울창조경제혁신센터, 서울과학기술대 창업선도대학 등의 지원사업에 선정됐다. 그의 목표는 날마다자라는아이를 '창의적인 아이디어에 기반한 제품을 만드는 회사'로 키우는 것이다. 박 대표는 "아이의 연령대에 맞는 다양한 유아용품을 선보여 일종의 플랫폼 역할을 하고 싶다"고 밝혔다.

김정은 기자 likesmile@hankyung.com

날마다자라는아이

설립	2016년
업종	유아용품 제조
위치	서울 자양동
직원	3명
유통	백화점,온라인몰 등

◈'이달의 으뜸중기 제품'은 이메일(sjlee@hankyung.com)로 신청받습니다. 한국경제신문 홈페이지(event.hankyung.com)를 참조하세요.

"글로벌 시장 진출 지름길" WHO 문 두드리는 진단업체들

〈세계보건기구〉

개도국서 유행하는 말라리아 등 질병 진단 수요 갈수록 높아져 수젠텍·노을 등 해외진출 박차

국내 중소 진단 기업들이 세계보건기구(WHO)를 비롯한 국제기구나 국경없는 의사회 등 국제 민간단체의 문을 활발히 두드리고 있다.

가장 두각을 나타내고 있는 업체는 코스닥 상장사 엑세스바이오다. 이 회사는 WHO를 통해 최근 3년간 아프리카, 유럽, 아시아 등 70여 개국에 1억3000만 개 이상의 말라리아 진단키트를 보급했다. 말라리아는 WHO가 가장 중점적으로 관리하는 감염성 질환 중 하나다. WHO는 2010년부터 2017년까지 말라리아 진단키트 13억5000만 개를 구매했다.

회사 관계자는 "WHO에서 시행한 말라리아 진단키트 성능평가시험에서 2008년 이래 최우수 제품군에 다섯 번 선정됐다"며 "에티오피아에 공장을 확보하고 자동화 설비를 구축하는 등 경쟁사보다 빠르게 생산 능력을 확대한 것도 주효했다"고 했다.

노을, 휴마시스 등도 WHO에 말라리아 관련 진단제품 공급을 추진하고 있다. 이를 위해 WHO가 시행하는 품질 검증(PQ) 절차를 준비 중이다. 국제기구에 제품을 공급하거나 국제 입찰에 참가하려면 이 절차를 밟아야 한다. 업계 관계자는 "PQ를 획득하면 국제기구에서 우리 기술을 인정했다는 평가를 받을 수 있어 해외시장에 진입하는 지름길로 관심이 높다"고 말했다.

세계 최초로 혈액 기반 결핵진단키트(사진)를 개발한 수젠텍은 지난 7월 식품의약품안전처 허가를 받은 뒤 중국, 말레이시아, 태국 등에서 임상시험을 하고 있다. WHO에 결핵진단키트를 납품하기 위해서다. WHO에 공급하려면 최소 5개국에서 진행한 임상 결과를 제출해야 한다. WHO는 매년 1300억원 규모의 결핵진단키트를 구매해 개발도상국에 공급하고 있다.

수젠텍은 미국 진단업체 세페이드에 도전장을 내밀 계획이다. 세페이드 제품은 객담 기반 결핵진단키트로 다국적사의 대형 분자진단 장비를 소형화했다. 수젠텍 관계자는 "세페이드는 지난해에만 WHO에 키트 650만 개를 판매하는 등 6000억원의 매출을 올려 글로벌 의료기기 기업 다나허에 5조원에 인수됐다"며 "우리 제품은 세페이드보다 크기도 작고 비용도 저렴할 뿐 아니라 객담 기반 키트의 단점인 오랜 배양 시간과 오진 위험 등을 해결했다"고 설명했다.

바이오니아는 에이즈 진단키트에 대한 WHO PQ 획득을 추진 중이다. 바이오니아 제품은 정확도가 높고 감염 여부는 물론 정량 결과까지 제공한다. 회사 관계자는 "우리 제품은 에이즈 환자가 약을 처방받은 뒤 얼마나 바이러스가 줄었는지도 확인할 수 있어 환자 관리에 유용하다"며 "국제민간단체로부터 인정받았기 때문에 WHO PQ 획득 기간도 훨씬 절약할 수 있을 것"이라고 했다.

임유 기자 freeu@hankyung.com

삼천리, 상반기 아동용 자전거 판매 30% 급증

캐릭터 그려진 자전거 인기 전용 온라인 쇼핑몰 구매 ↑

올 상반기 삼천리자전거 어린이용 제품 판매율이 전년 동기 대비 30% 늘었다. 캐릭터 선호가 높아진 데다 온라인 주문이 간편해지면서 어린이용 제품 인기를 이끌었다는 게 회사 측 설명이다.

아동용 캐릭터 제품이 판매 증가를 이끌었다. 삼천리자전거가 올 상반기 판매한 아동용 제품 가운데 캐릭터 제품이 차지하는 비중은 35%를 차지했다. 가장 인기가 많았던 제품은 '시크릿 쥬쥬' 캐릭터가 그려진 자전거(사진)였다. 체인케이스와 바구니를 비롯해 안장 핸들 그립 등에 해당 캐릭터를 넣었다. 삼천리자전거 관계자는 "최근 유튜브 등에서 캐릭터에 대한 아동 소비자의 관심이 늘었다"며 "캐릭터 라이선스 제품의 강세는 당분간 계속될 것"이라고 내다봤다.

다양한 안전 기준을 적용한 것도 인기 요인으로 꼽혔다. 부상방지 핸들 브레이크 체인허브 등에 안전용 캡을 장착해 어린이들이 안전하게 자전거를 이용할 수 있도록 했다.

삼천리자전거 전용 공식 온라인 스토어인 '삼바몰'도 아동용 제품 판매 증가에 기여했다. 삼천리자전거는 삼바몰에서 자전거를 구입하면 전문가가 수령지로 제품을 완전 조립해 직접 배달하거나, 원하는 일정에 지정한 대리점에서 제품을 픽업하는 '프리미엄 배송 및 픽업 서비스'를 제공한다. 온라인에서 구매하더라도 오프라인 매장에서 제품을 직접 구매한 것과 같은 서비스를 동일하게 받을 수 있도록 했다.

나수지 기자 suji@hankyung.com

코스모신소재-한국교통대 협력 "對日 의존도 낮춰 수출규제 극복"

코스모신소재는 한국교통대 중소기업기술지원단과 기술협력사업을 하기로 했다고 15일 밝혔다. 산학협동을 통해 일본의 수출규제에 적극 대응하기 위해서다.

김성태 코스모신소재 기능성필름연구소장은 "반도체와 디스플레이 업종은 기능성 코팅제들이 수출규제로 인해 개발과 생산에 차질을 빚을 가능성이 있다"며 "사전에 재고를 확보하고 대체원료를 개발하고 있지만 장기적으로 대일 의존도 축소가 필요하다"고 말했다.

1967년에 설립한 코스모신소재는 기능성 필름을 생산한다. 광학렌즈 제조용 등에 사용되는 이형필름, 점착필름 등을 포함한다.

나수지 기자 suji@hankyung.com

추석 맞아 스타트업 방문한 박영선 장관 박영선 중소벤처기업부 장관(왼쪽)은 지난 11일 추석연휴 시작을 앞두고 서울 소상공인 신사업창업사관학교 드림스퀘어와 서울창조경제혁신센터 인큐베이팅센터를 찾아 스타트업 기업인들을 만났다. 중소벤처기업부 제공